

推动国际化文旅融合发展

——用英语讲好中国故事的实践途径研究

孙晓佳 郑旭云

(广州城建职业学院 广东 广州 510925)

[摘要]基于国际化视野,用英语讲好中国故事,向外传播中华文化,塑造民族和国家形象,充分发挥文化和旅游各自优势,推动文化和旅游深度融合,推进高质量共建“一带一路”,以实际行动诠释新时代中国故事,更好传递中国声音。

[关键词]文旅融合;中国故事;国际化发展

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.07.402

一、概述

旅游是一个展示国家形象的窗口,文化是传播中国故事的桥梁。新时代,文化与旅游融合,诗与远方走到一起。文化旅游本身就是一门讲故事的艺术,如何讲得好,传得开,留得住是一门学问。中国故事的主题是宏大的,但从事文化旅游的每个叙述者都是一个个体,拥有独特的内容和表达方式。但总的来说,要讲好文化旅游的中国故事,就是要把握时代脉搏、关注发展大势,聚焦“两个一百年”奋斗目标和中国梦,面向世界,讲好美丽中国故事,传播美丽中国形象,展示当代中国发展进步的主流,呈现中国人民蓬勃向上的风貌。

二、用英语讲好文化旅游中国故事对文旅融合国际化发展的重要意义

要讲好文化旅游的中国故事,不仅仅要向世人展示我国的大好河山,旖旎风光,更重要的是要深挖中华民族丰富的文化内涵和人文魅力,从各个领域,如民风民俗、舞蹈音乐、美术书法、杂技工艺、戏剧曲艺等,更好地展示中国最精华的民族文化瑰宝,为世界展现一个最美丽的中国,推动国际旅游与文化产业融合发展。

既要推动旅游产业和文化产业融合,增强旅游的文化吸引力,就要让文化人了解旅游,让旅游人了解文化。讲好文化旅游中的中国故事,弘扬中华文化,丰富提升旅游产业的文化内涵,再通过旅游市场,利用营销手段,加速文旅融合,实现效益。

随着国家深入推进“一带一路”文化和旅游发展,国际文旅产业发展与合作更加密切。讲好美丽中国故事,传播美丽中国形象,成为文化和旅游业的重要使命与职责。借此通过用英语向世界讲好文化旅游的中国故事,展现真实、立体、全面的中国,不仅能够推动国际旅游产业与文化产业深度融合,促进经济发展,更能传播中华文化,展示中华文明成果,提升国家形象、增加国际影响力。

三、用英语讲好文化旅游中国故事的可行性——树立大局宣传观念,加强外宣人才队伍建设

自17世纪殖民时期的英国和后来的美国主动或被动地向世

界输出英语,通过电影、音乐等多种文化媒体对世界产生了深远的影响,现代英语传播到世界各地,成为世界上使用最广泛的语言,占据主导地位,也是联合国、欧盟和许多其他全球和区域国际组织的官方语言之一。可以说英语是当今世界不可撼动的国际通用语,利用其通用性有助于我们更好地讲述中国故事。

可能在一般人的认知里,觉得讲好中国故事是宣传部门和新闻媒体的工作,其实不然。所有涉外人员,如旅游企业,留学生,国际导游,甚至是旅游目的地老百姓,也是外国友人了解中国的渠道。

事实上,在全媒体时代,越来越多普通群众也加入到讲述中国故事的队伍,在对外宣传中发挥重要作用。故我们不能因循守旧,认为讲好中国故事是新闻媒体和宣传部门的工作,跟普通民众没有关系,而需要拓宽思路,不拘一格,树立全员讲好中国故事的大局宣传观念,建立每个人都可以是中国故事讲述者的思想意识和行动自觉。

但值得注意的是,并不是每个人都懂英语,特别是普通老百姓。要用英语讲好中国故事,提升国际传播能力的关键在于创新国际传播人才培养机制,加强外宣人才队伍建设,培养国际化复合型的讲故事者。对于文化和旅游行业相关从业人员,要立足岗位,加强学习、精心设计培训项目,融会贯通,系统化培训,根据具体学情适时调整、优化培训内容,保障国际传播队伍跨文化传播能力得到提升。

而对于不精通英语的普通老百姓,也并非就束手无策。如果说讲好中国故事,文化是内容,旅游是载体,那么新时代的科技就是手段。随着我国数字化建设深入发展,游客凭借一部手机就能完成吃、住、行、游、购、娱全程服务。5G、VR/AR、AI等技术在景区的普及,赋予了文旅产业诸多可能。普通民众要善于利用这些数字技术赋能的便利,借助翻译软件等多种工具,尽最大努力参与,以主人翁的精神融入其中,奋斗出自己的幸福。

四、用英语讲好文化旅游中国故事的实践途径

(一)用中国的方式讲好中国故事

面向世界,讲好中国故事,在翻译活动中要坚持文化自信原则,努力增强讲中国故事的信心和底气^[1]。不仅要聚焦受众差异化趋势,准确理解受众需求,更要把握好讲述者想讲的与受众者想听的,用我们自己的文化传统,我们自己的方式,客观陈情,主动说理,结合“自己讲”和“别人讲”去寻找更多讲故事的方式、技巧和形式,建立文化自信,获得更多国际社会和海外观众的认可。

讲好中国故事,对外话语,在表述上要融通中外的概念和范畴,实现跨文化互通交流,相互学习借鉴。不单是让受众听得到、听明白,更要让受众能吸收和理解所听到的故事,希望听,喜欢听,听有所思、听有所得。

(二) 别具匠心,创新表达方式

国内外存在话语体系差异,国内受众人人皆知的话语,未必能在国外受众顺应。因此需要在表达方式上不断创新,主动创建中外融合汇通的话语体系,致力用中国表达、中国修辞和中国语意讲好中国故事,在国际舆论领域传播美丽中国,传扬中华文化^[1]。

向世界讲好中国故事,关键和挑战是如何让国外观众真正听懂、了解所讲述内容并产生兴趣^[1]。中西文化有很大的不同,外国游客往往不完全了解中华文明的精髓。讲述中国故事时,这一部分需特别注意,要精选一些典故案例,尽可能选择海外游客更容易理解又生动的代表性故事。鉴于西方游客相对开放的性格特点,讲故事时多使用肢体语言,帮助理解,加深印象。以外国社会可以接受的方式讲述中国故事,小中见大,生动灵活,惟妙惟肖,实现与外国话语的有效联接。

(三) 以小见大,拓展路径

讲好中国故事,不是长篇大论地读历史,讲道理,而是通过一个个小故事,生动形象的方式与国外受众分享中国传统文化和时代改革与变迁。故事来源可以是一处旅游景点的历史典故,也可以是旅游目的地传播中华文化的民间大使。通过小事件透视大时代,小人物折射大变化,小故事揭示大趋势,注重知识内涵发掘,满足人们多元化消费需求,有利于提升中国故事的传播质量,增强传播效果,让中国故事得以传开并产生深远影响。

同时要积极拓展各式各样的平台和渠道,以现有的讲述渠道为主要支柱,探索新平台,创建新载体,开拓更多渠道。比如可通过重要节事、展会、赛事等平台,抓住一些面向国际举办的艺术节、大型赛事、影视展等机遇,深入设置和挖掘主题,开展人文交流,增进两国了解;也可通过发掘中国传统节日的文化内涵,作为讲好中国故事的文化载体,创建节庆文化活动的专属品牌;此外,还可以充分运用多种文艺形式讲好中国故事,打造独出机杼的作品,制作独具匠心的海外宣传纪录

片。

五、充分把握时机,利用英语讲好文化旅游的中国故事推动文旅融合国际化发展

文化和旅游部最新印发的《“十四五”“一带一路”文化和旅游发展行动计划》确定了未来五年我国将与共建“一带一路”国家共商共建共享文化和旅游发展的基本目标,引导“一带一路”文旅建设走深走实,把共建文旅高质量发展奋斗目标具体化、实践化和时代化。

作为“一带一路”横跨的四大古文明之一的国家,中国文化资源丰富,历史积淀深厚,自然风光、人文历史并存的景点数不胜数。文化旅游中的中国故事更是信手拈来。比如近年来,随着“文化年”“旅游年”等节事活动的推进,以旅游为媒介和平台的跨文化交流活动持续发展;“欢乐春节”“美丽中国”等平台活动的推出,更是成功将传播中华文化品牌化、本土化^[2]。

基于“一带一路”背景下,立足国际化视野,深入挖掘共建“一带一路”国家共鸣的人物故事和文化元素,展示华夏文明的独特景观、风俗、娱乐、审美和思辨,文旅融合发展中讲好美丽中国故事,讲好美丽中国故事中促进文旅融合发展,同心协力,推进共建“一带一路”文化和旅游高质量发展。

六、结语

讲好文化旅游的中国故事涉及众多不同主题、参与者、渠道和介质等,过程漫长,千锤百炼,是一项庞大的工程。要构建系统、完整、有效的传播机制和体系,单靠政府独立支撑难以成效。要集合各种社会分散、碎片力量,自上而下,均衡融入整个国家和社会体系。借助国际主导语言之一的英语讲好文化旅游的中国故事,让来自世界各地的游客更加了解中国,面向世界展示中国各地各民族的灿烂文化遗产,引领体验和领悟自然和人文景观的丰富内涵,展示真实、立体、全面的美丽中国。

参考文献

[1]张杰.向世界讲好中国故事的翻译原则和策略[J].理论与现代化,2019(2):122-128.

[2]张日.拓展“一带一路”平台机制功能[N].国际商报,2021-07-30(13).

作者简介:

孙晓佳(1990-),本科。研究方向:英语教育,旅游管理。

郑旭云(1992-),本科,研究方向:教育管理。

基金项目:本文系广州城建职业学院2020年校级科研项目,人文社科类“推动国际化文旅融合—用英语讲好中国故事的实践途径研究”(项目编号:2020Qsk07)最终研究成果。